

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendahuluan

Dalam penyusunan skripsi ini agar masalah dapat dipecahkan dengan baik maka, disusunlah tugas akhir secara terstruktur dan sistematis. Dalam hal tersebut perlu adanya suatu kerangka pemecahan masalah yang menjelaskan langkah-langkah yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah mulai dari mengidentifikasi masalah hingga kesimpulan yang dapat diambil. Adapun langkah-langkahnya di jelaskan dalam flow chart gambar 3.1 sedangkan langkah-langkahnya adalah sebagai berikut.

3.2 Studi Lapangan

Tahapan ini merupakan tahapan pertama yang diperlukan untuk pemahaman kondisi perusahaan yang berkaitan dengan obyek penelitian yang telah diambil. Disini, peneliti melakukan pengamatan langsung di UD. Ridho Salsa untuk mengetahui tahapan dari proses pemasaran produk Sarung Tenun.

3.3 Identifikasi Masalah

Tahapan berikutnya adalah mengidentifikasi masalah yang merupakan kegiatan untuk mencari permasalahan yang telah muncul pada UD. Ridho Salsa.

3.4 Perumusan Masalah

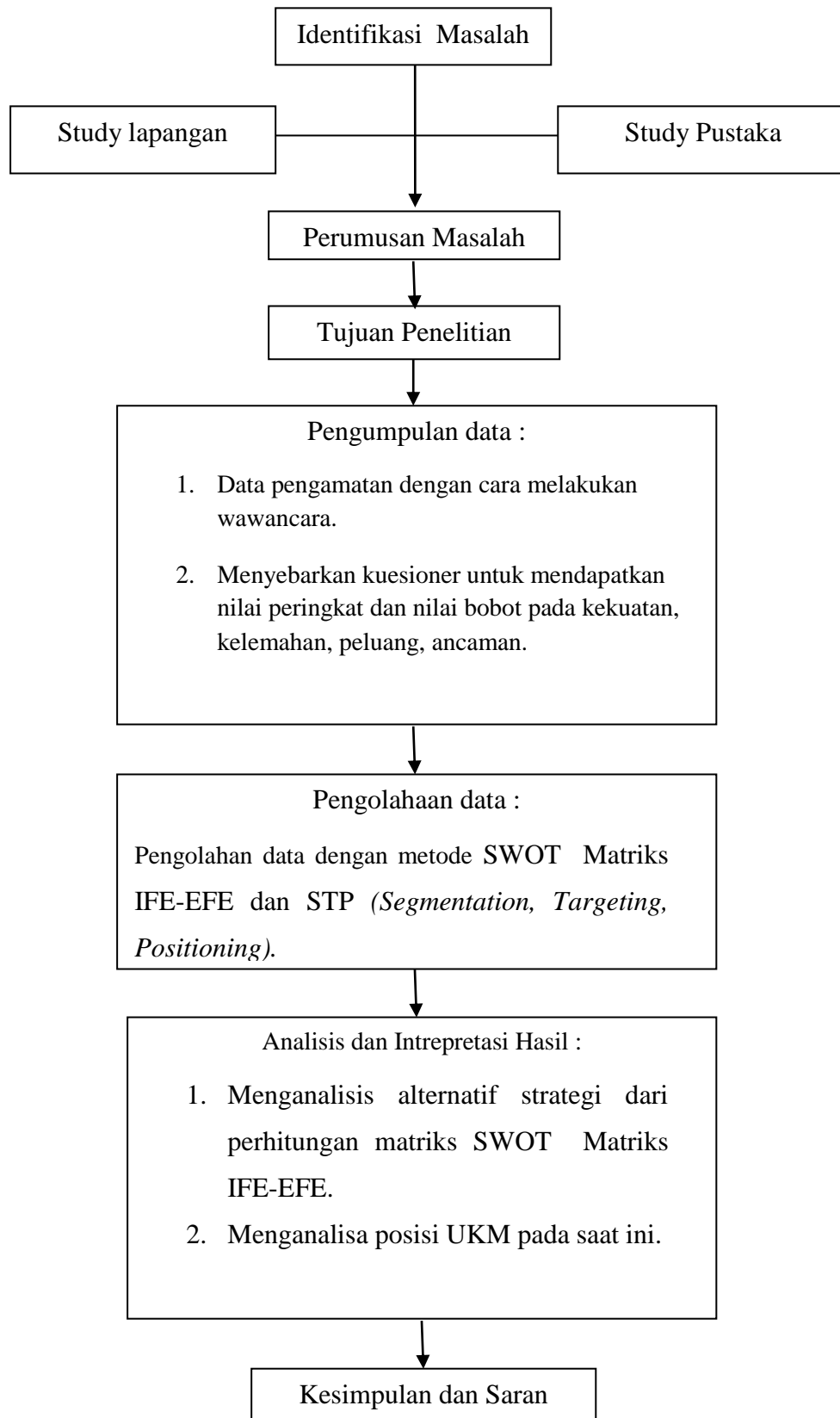
Perumusan masalah berdasarkan pada permasalahan yang telah dihadapi oleh UD. Ridho Salsa. Dari pengamatan langsung telah diketahui bahwa penjualan produk yang stabil tetapi harga bahan baku mengalami naik turun harga maka perlu dilakukan usulan strategi pemasaran produk bisa meningkatkan penjualan produk diindustri rumahan Sarung Tenun ini, dikarenakan masih ada keluhan dari segi pemasaran produk.

3.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini mengacu pada latar belakang sehingga, penelitian yang dilakukan memiliki arah dan sasaran yang tepat yaitu menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk proses pemasaran produk sarung tenun.

3.6 Studi Pustaka

Studi pustaka ini digunakan untuk mengetahui latar belakang suatu permasalahan dan menggali informasi dan pengetahuan serta wawasan yang mengenai usulan penerapan strategi pemasaran dengan menggunakan metode Matriks SWOT Matriks IFE-EFE dan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*). pada ukm Sarung Tenun. Setelah melakukan pemahaman tersebut maka peneliti mengumpulkan informasi dari penelitian-penelitian yang sudah ada untuk dijadikan bahan referensi dalam penelitiannya. Sehingga didapat kerangka berfikir yang digunakan untuk memecahkan suatu permasalahan. Langkah-langkah penelitian dan pengolahan data dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Flow Chart Metodologi Penelitian

3.7 Pengumpulan Data

Pada tahap ini, pemilihan narasumber pada penelitian ini dilakukan secara langsung yang terkait dengan pemahamannya mengenai strategi pemasaran dan besarnya peranan narasumber yang dipilih dalam pemilihan strategi pemasaran bagi UKM. Data yang digunakan dalam kepentingan analisis adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil wawancara tatap muka dengan kuesioner. Data sekunder yakni didapatkan dari berbagai sumber, yaitu dokumen tertulis yang diperoleh dari buku referensi, dan skripsi serta literatur-literatur masalah yang diteliti juga. Mengambil data penjualan produk di UKM pada bulan Januari s/d Juni 2018 diambil dari wawancara mengenai data penjualan produk sarung tenun.

3.8 Pengolahan Data

Pada tahap ini, pengolahan dan dilakukan setelah melalui tahap awal yaitu mempelajari literatur yang berkaitan dengan metode matrik SWOT IFE-EFE dan STP (*Segmentation, Targeting, positioning*). untuk pengolahan data selanjutnya. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif menjadi kuantitatif. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis sehingga memperoleh sistem kerja yang jelas. Metode yang dipakai dalam pengolahan data adalah Matriks IFE yaitu matriks yang didalamnya terdapat kekuatan dan kelemahan UKM UD.Ridho Salsa dan Matrik EFE yang didalamnya terdapat peluang serta ancaman yang datang dari lingkungan luar perusahaan. Kemudian dilakukan pengolahan dengan matriks SWOT untuk mendapatkan strategi dengan menggunakan faktor-faktor yang telah diperoleh dari matriks IFE-EFE sehingga dapat mengetahui strategi yang bisa diterapkan oleh UKM UD.Ridho Salsa.

3.9 Analisis Dan Interpretasi

Setelah melakukan pengolahan data maka, melakukan analisa terhadap hasil pengolahan data. Adapun hasil pengolahan data meliputi nilai bobot dan peringkat pada matriks IFE-EFE, STP (*segmentation, targeting, planning*) yang

tepat bagi UKM. Dari hasil pengolahan data tersebut dapat dijelaskan manfaat penelitian dengan jelas dan mudah dipahami, serta dapat memberikan informasi ataupun masukan kepada perusahaan untuk dapat digunakan pada proses penjualan usahanya tersebut.

3.10 Kesimpulan Dan Saran

Setelah melakukan analisa maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan pembahasan masalah dan analisis yang sudah dilakukan. Pada bab ini juga menjelaskan tujuan dari penelitian dan memberikan saran-saran kepada UD. Ridho Salsa agar dapat melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap proses penjualan sarung tenun tersebut.